

Report:
Deutschlands
Finanzen
2022/23

auxmoney

Konsum- und Kreditverhalten in der Krise

In Kooperation mit

statista

Inhalt

Key Insights 3

Befragung und Stichprobe 5

Verschlechterte Finanzen in Deutschlands Haushalten 7

Allgemeine Finanzsituation 8

Die junge Bevölkerung und Familien stehen finanziell besser da 9

Ein höheres Einkommen sorgt für mehr Stabilität 10

Elementarkosten fressen mehr als die Hälfte der Monatseinkommen 11

Exkurs: Haben Alter und Geschlecht Einfluss auf die finanzielle Situation? 12

Gewinner vs. Verlierer der Krise 14

Wer konnte sich in den Bevölkerungsgruppen finanziell am ehesten verbessern? 15

Familien haben mehr Geld als Singles und Paare 16

Steigende Preise gehen zu Lasten der Freizeit 17

Wo die Preissteigerung besonders schmerzt 18

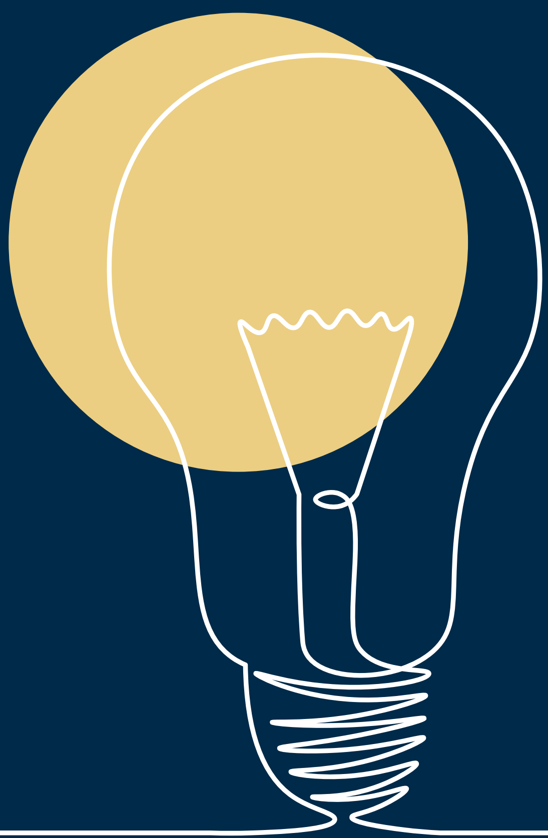
Konsumverzicht als Lösung der Finanzkrise? 19

Kredite: Warum wir nicht gerne über unsere Finanzen reden 21

Umgang mit Finanzthemen im Bekanntenkreis 22

Kreditlandschaft: Einstellungen und Verteilung 22

Key Insights



Das Fintech auxmoney ist eine führende digitale Plattform für Privatkredite in Europa. Der folgende Report basiert auf einer Marktforschung in Kooperation mit Statista und soll aktuelle und exklusive Einblicke in die finanzielle Situation und das dadurch beeinflusste Konsum- und Kreditverhalten der Menschen in Deutschland liefern.

Die finanzielle Situation verschlechtert sich

Inflation und Energiekrise hinterlassen Spuren in den Geldbörsen der Konsumentinnen und Konsumenten. Fast **jede zweite Person gibt an, dass sich die eigene finanzielle Situation innerhalb der letzten drei Monate verschlechtert hat (46 %)**. Auch die finanziellen Aussichten für die Zukunft sind trüb: Mehr als **40 Prozent** der Befragten sehen schwarz und erwarten eine Verschlechterung ihrer finanziellen Situation innerhalb der kommenden drei Monate.

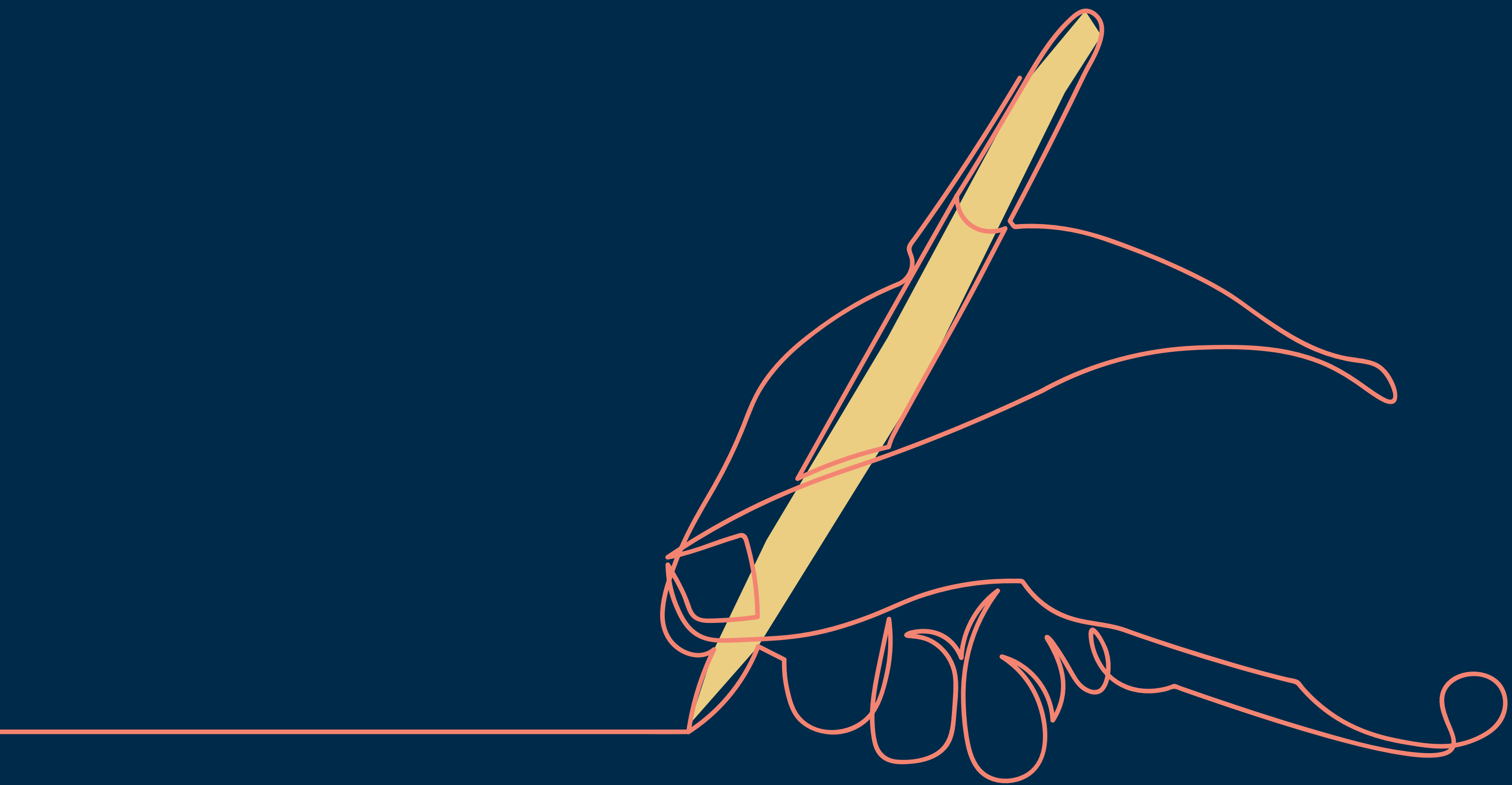
Kostensteigerung vs. Konsumverhalten

Diese Entwicklung ist unter anderem getrieben durch die **steigenden Lebenshaltungskosten.** Vor allem in den Bereichen Lebensmittel und Getränke **(89 %)**, Nebenkosten **(80 %)**, Gastronomie **(78 %)** und Mobilität **(77 %)** sind Preissteigerungen nicht mehr zu leugnen und werden von einem Großteil der Konsumentinnen und Konsumenten bemerkt. Kein Wunder also, dass gerade in Bereichen, auf die man schwer im Alltag verzichten kann, wie Lebensmittel oder Nebenkosten, die Sorge über die Preisentwicklung besonders hoch ist (>75 %). Gerade diese Preiserhöhungen zwangen mehr als **60 Prozent** der Befragten in irgendeiner Form Einschränkungen vorzunehmen, etwa größere Anschaffungen zu verschieben **(38 %)**, auf Ersparnisse zurückzugreifen **(30 %)** oder das Konto zu überziehen **(17 %)**. All diese **Anpassungen finden in den Genussbereichen statt.** Diese sind zwar existenziell nicht notwendig, deren dauerhafte Einschränkung wird jedoch zu einem **Rückgang der Freizeitqualität** führen und damit weitreichende Folgen mit sich ziehen. Doch auch wenn viele schwarz sehen: Die Aufnahme eines Kredites, um die wirtschaftliche Krise besser zu überstehen, ziehen die Wenigsten in Betracht **(9 %)**.

Kredite: In der Krise für die breite Masse?

Aktuell haben etwa **40 Prozent** einen Kredit aufgenommen. Für ein Drittel der Nicht-Kreditnehmenden kommt die Kreditaufnahme allerdings grundsätzlich in Frage **(31 %)**. Kredite werden eher in Betracht gezogen, wenn es um größere, langfristige Anschaffungen wie Fahrzeuge oder Immobilien geht. Selbst in der jetzigen Zeit polarisieren Kredite. Eine von drei Personen steht Krediten kritisch gegenüber; nur eine von fünf hat eine (sehr) positive Haltung zu Krediten. **56 Prozent** stimmen der Aussage zu, dass ihre Finanzen nur sie selbst etwas angehen, wobei Jüngere dem Thema offener gegenüberstehen. Dennoch scheint es, als würden Konsumentinnen und Konsumenten über die Kreditnehmenden milder urteilen: **Jeder Zweite ist der Meinung, dass immer mehr Menschen aufgrund der aktuellen wirtschaftlichen Lage nicht mehr um einen Kredit herumkommen.** Fast genauso viele finden, dass es etwas ganz Normales geworden ist, einen Kredit aufzunehmen **(42 %)**. Kredite werden durch die Wirtschaftskrise verstärkt als anerkannte Alternative wahrgenommen. Banken sind dabei der beliebteste Kreditgeber **(79 %)**.
Nur **15 Prozent** haben ihren Kredit privat (z. B. von Online-Plattformen wie auxmoney) bezogen. **Potenzial für Kreditinstitute verbirgt sich insbesondere in der jüngeren Altersgruppe** (unter 40 Jahren). In dieser Gruppe ist der Anteil an Kreditnehmenden, die ihren Kredit über eine private Plattform beziehen, deutlich höher **(23 %)**.

Befragung und Stichprobe



Methodik

Online-Befragung von Statista in Kooperation mit auxmoney.

Hauptbefragung

n = 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland, online-repräsentative Quotierung nach Geschlecht, Alter und Region.

Zusatzbefragung

n = 176 Personen, die in den letzten 24 Monaten einen Kredit aufgenommen haben (Kreditnehmende)

Erhebungszeitraum

11. November bis 21. November 2022

Die Stichprobe

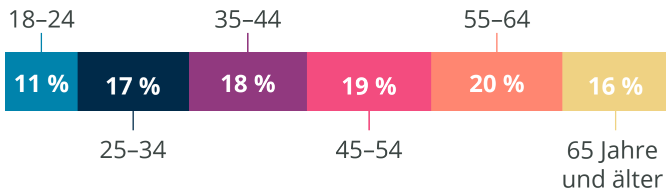
Es wurden umfassende demographische Daten abgefragt, die eine Interpretation der Ergebnisse erleichtern. Im Folgenden werden nur die für die Inhalte des Reports relevanten aufgeführt.

Daten mit einer Basis n < 50 sollten mit Vorsicht interpretiert werden. Die Kategorien und Ergebnisse des Reports beziehen sich auf das Sample der Hauptbefragung (n = 1.000), so weit nicht anders vermerkt.

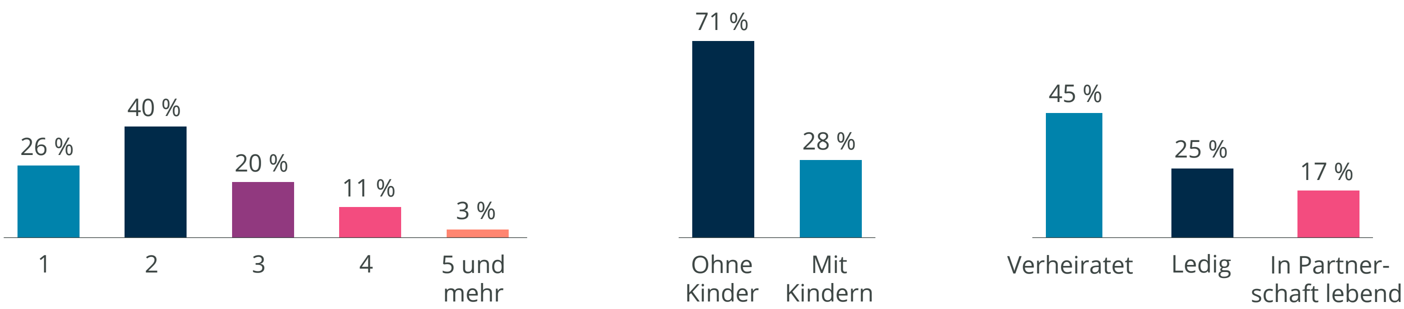
Geschlecht



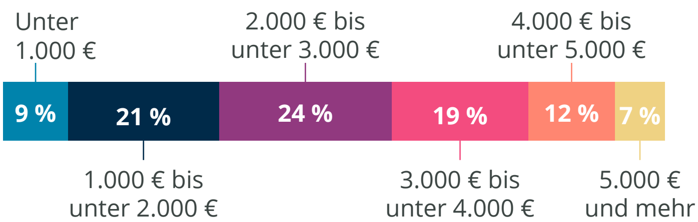
Altersgruppen in Jahren



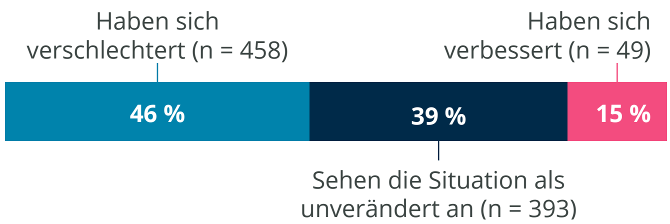
Haushaltsverteilung nach Personenanzahl



Monatliches Nettoeinkommen



Subgruppe: Finanzielle Veränderung



Verschlechterte Finanzen in Deutschlands Haushalten



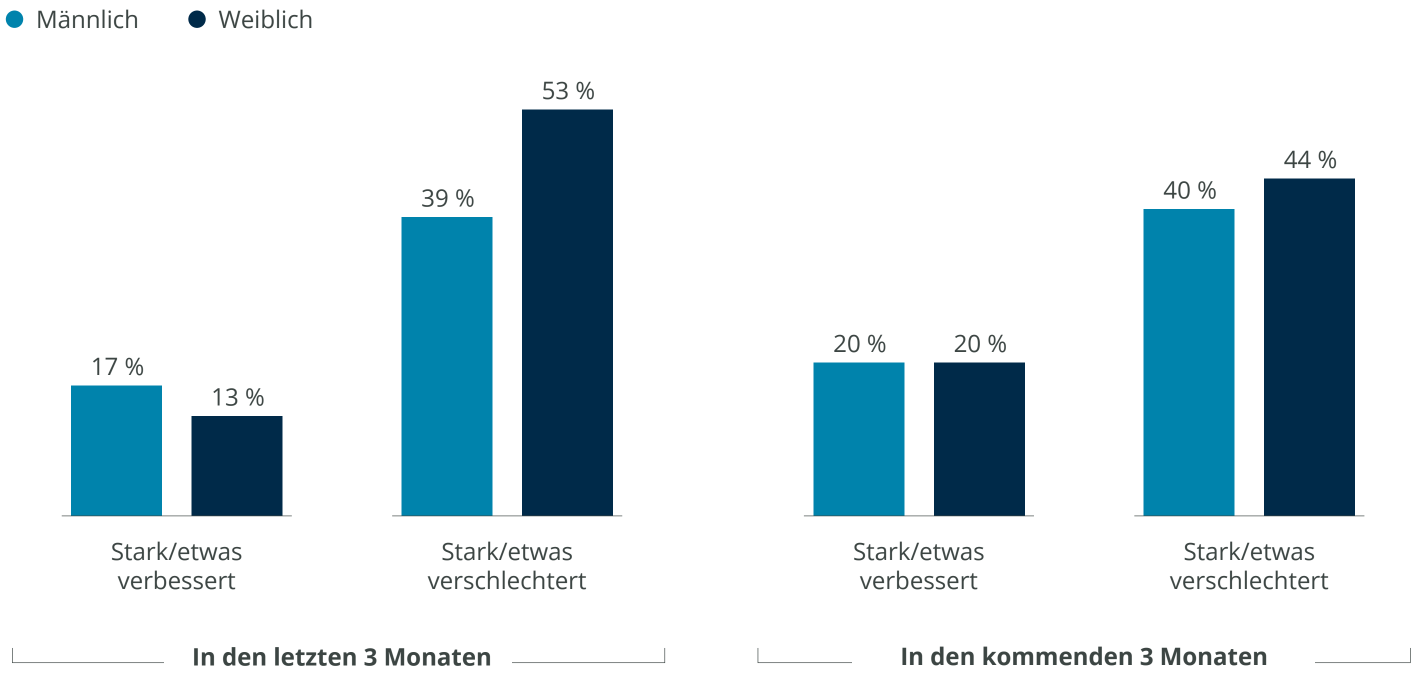
Mit Inflation und Energiekrise kommt es auch in deutschen Haushalten zu finanziellen Einschränkungen. Die Finanzsituation unterscheidet sich zum Teil in den Altersgruppen und je nach Haushaltsgröße bzw. Familienstand.

Allgemeine Finanzsituation

Insgesamt geben **46 Prozent** der Konsumentinnen und Konsumenten an, dass sich ihre **finanzielle Situation in den vergangenen drei Monaten verschlechtert hat. 42 Prozent** erwarten zudem, dass sie sich in den kommenden drei Monaten noch weiter verschlechtern wird. Nur 3 von 20 Personen konnten sich in der Vergangenheit verbessern, zukünftig erwarten immerhin 4 von 20 eine Verbesserung.

Im Geschlechtervergleich ist die Prognose der Frauen deutlich schlechter: **53 Prozent** der Frauen geben an, sich in den vorherigen drei Monaten finanziell verschlechtert zu haben – gegenüber **39 Prozent** der Männer. Für die kommenden drei Monate sind sich beide einig: 2 von 5 Personen erwarten, sich weiterhin zu verschlechtern, 1 von 5 glaubt stattdessen an eine Verbesserung.

Ganz generell betrachtet, wie hat sich Ihre finanzielle Situation bereits bzw. wird sich noch verändern?

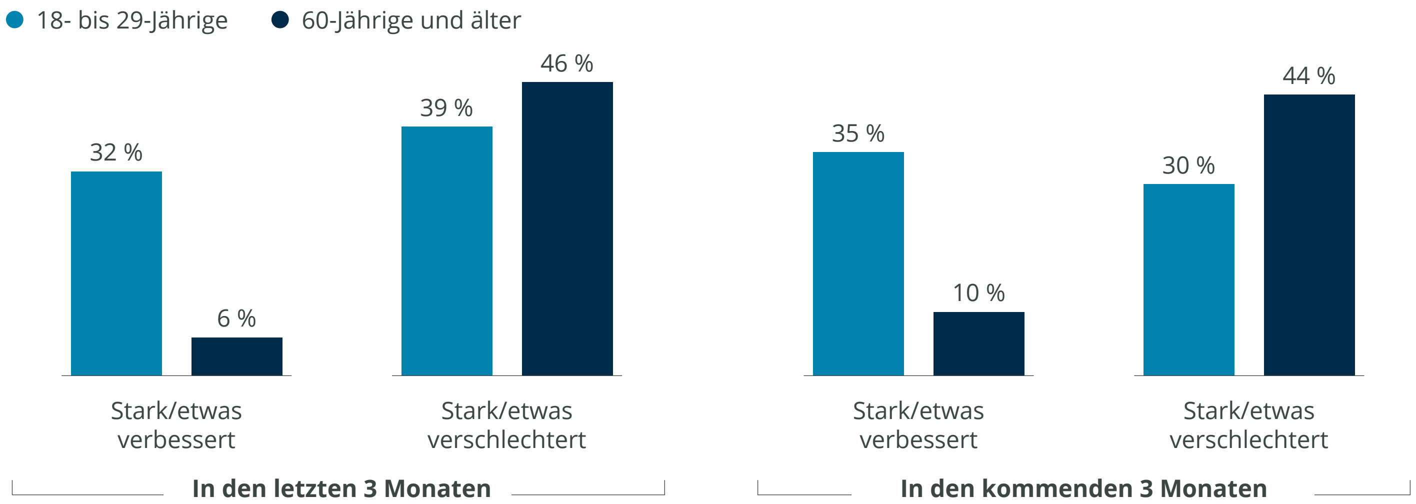


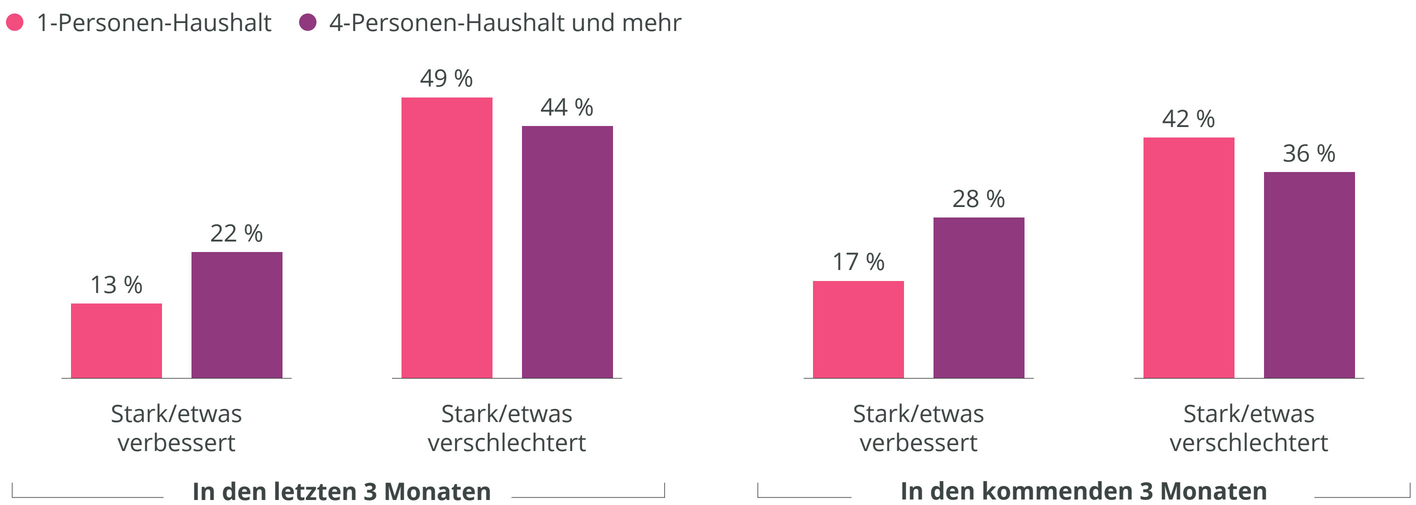
Die junge Bevölkerung und Familien stehen finanziell besser da

Die Finanzsituation unterscheidet sich zum Teil in den Altersgruppen und je nach Haushaltsgröße bzw. Familienstand. **53 Prozent** der 40- bis 49-Jährigen gegenüber **39 Prozent** der 18- bis 29-Jährigen haben sich finanziell stark oder etwas verschlechtert. Bei den Ü60-Jährigen konnten sich nur **6 Prozent** gegenüber **32 Prozent** der 18- bis 29-Jährigen verbessern. **Für die Entwicklung der kommenden drei Monate sieht die jüngere Gruppe ihre Entwicklung deutlich positiver** – sowohl gegenüber der Ü60-Fraktion als auch im Vergleich zum Bevölkerungsdurchschnitt.

Tendenziell **stehen größere Haushalte ab vier Personen finanziell besser da** als die Gesamtbevölkerung oder Singlehaushalte. Mögliche Gründe könnten hier zum Beispiel ein erhöhtes Haushaltseinkommen und staatliche Unterstützung durch Kinder- und Familiengelder oder steuerliche Entlastungen sein, die langfristig zu mehr Rücklagen und damit einer höheren Krisensicherheit führen.

Veränderte finanzielle Situation nach ausgewählten Altersgruppen und Haushaltsgrößen



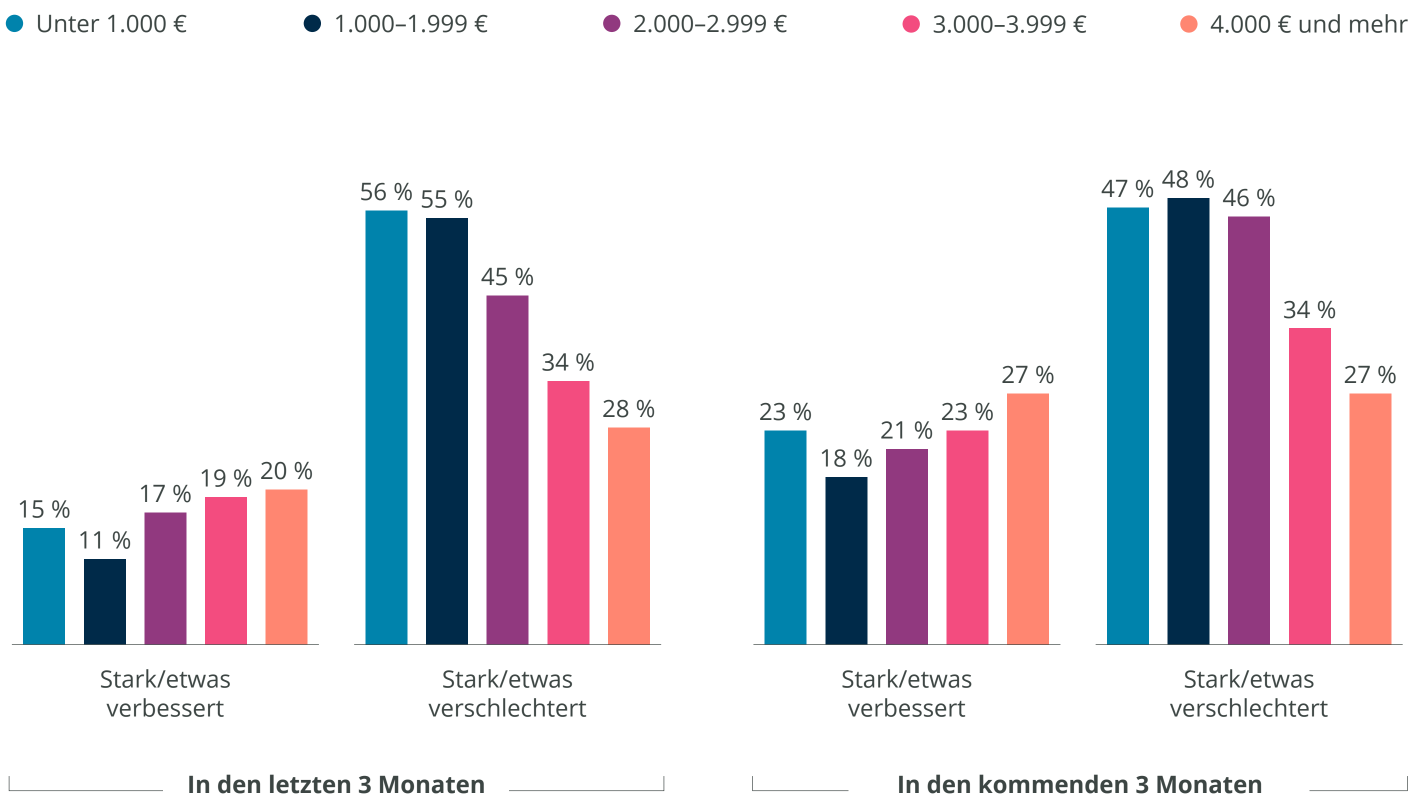


Ein höheres Einkommen sorgt für mehr Stabilität

Je niedriger das Einkommen, desto höher scheint die Wahrscheinlichkeit, dass sich die Person in den vergangenen drei Monaten verschlechtert hat. Dieses Bild bestätigt sich auch für Prognosen zur finanziellen Entwicklung der kommenden drei Monate. Der Spielraum, mit dem eigenen Einkommen Rücklagen aufzubauen, scheint besonders wichtig, um den Lebensstandard auch in Krisensituationen halten zu können.

Auch die Personen, die in der Vergangenheit bereits einen Kredit aufgenommen haben, geben an, sich verschlechtert zu haben, und erwarten auch weiterhin eine Verschlechterung. Immerhin **22 Prozent der Kreditnehmenden konnten sich in den vergangenen drei Monaten verbessern,** mehr als ein Viertel **(27 %)** erwartet, sich auch weiterhin zu verbessern.

Veränderte finanzielle Situation nach monatlichem Nettoeinkommen

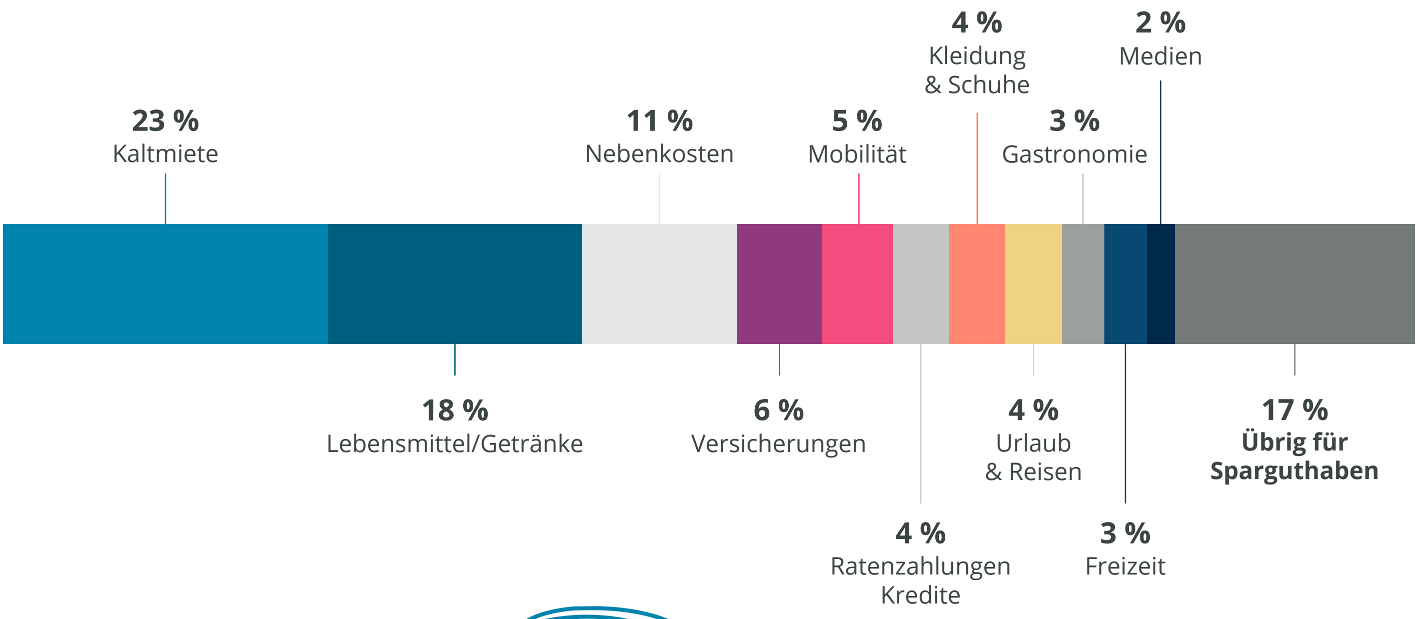


Elementarkosten fressen mehr als die Hälfte der Monatseinkommen

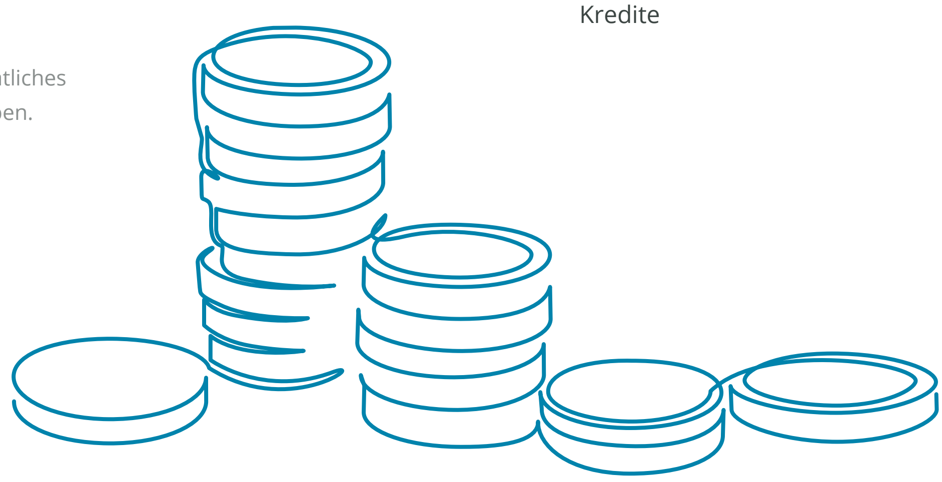
Für die Einordnung der finanziellen Situation der Deutschen ist es essenziell, die Verteilung der Konsumausgaben und die Voraussetzungen der verschiedenen Bevölkerungsgruppen zu betrachten. Spitzenreiter sind hier die Mietpreise. Für das eigene Zuhause werden im Schnitt **34 Prozent** der monatlichen Ausgaben aufgewendet: knapp ein Viertel **(23 %)** für die Kaltmiete und **11 Prozent** für Nebenkosten. An zweiter Stelle steht die Verpflegung – **18 Prozent** der Gesamtausgaben fließen in Lebensmittel und Getränke. Diese beiden Posten sind Teil der elementaren Grundversorgung jedes Menschen und damit kaum einschränkbar.

Gemeinsam schlucken sie mehr als die Hälfte des monatlichen Gesamteinkommens **(52 %)**. Hobbys, Freizeit und Luxusgüter nehmen jeweils nur einen kleinen Prozentsatz der Ausgaben ein und haben im Einzelnen wenig Einfluss auf die finanzielle Situation. Um nachhaltig finanzielle Veränderungen hervorzurufen und sich der Krise anzupassen, müssen sich die Konsumentinnen und Konsumenten also in mehr als einem der Bereiche einschränken. Klar wird damit aber auch, welchen Einfluss steigende Lebenshaltungskosten auf die Finanzen gut aufgestellter Haushalte haben und wie wichtig finanzielle Rücklagen in Krisensituationen sind.

Prozentuale Verteilung der monatlichen Ausgaben

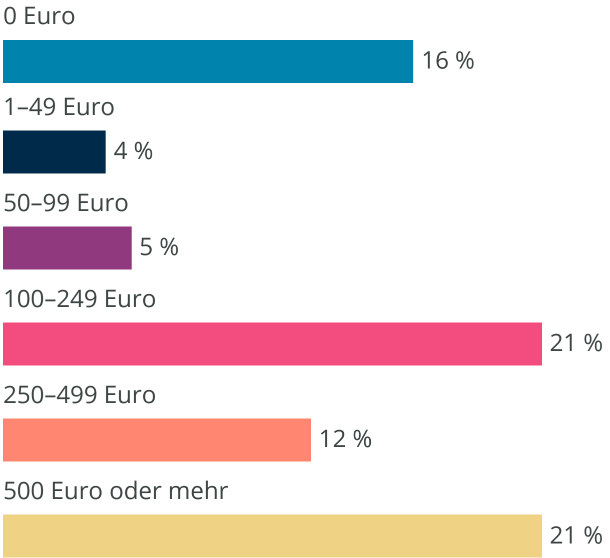


n = 787 Befragte, die ihr monatliches Sparguthaben angegeben haben.

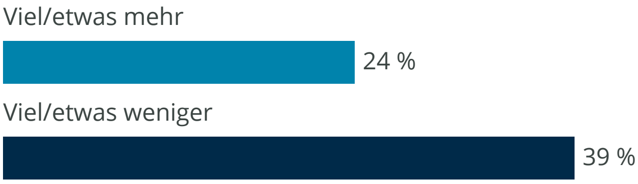


Ein Lichtblick in der Krise: Immerhin hat die Bevölkerung rund **17 Prozent** des monatlichen Geldes übrig, um dieses in Sparguthaben für schlechte Zeiten anzulegen. Betrachtet man konkrete Werte, hat 1 von 5 Personen am Ende des Monats noch mehr als 500 Euro übrig, immerhin **12 Prozent** haben noch mehr als 250 Euro übrig und 1 von 5 Personen hat zwischen 100 und 249 Euro übrig. Insgesamt hat dennoch ein Viertel der Bevölkerung weniger als 100 Euro oder gar nichts übrig und kann damit kaum Rücklagen bilden. **39 Prozent** geben an, dass sich die Situation im Vergleich zu den 3 Monaten davor bereits verbessert hat und sie etwas oder viel mehr übrig haben.

Wie viel Geld bleibt Ihnen aktuell am Monatsende übrig?



Denken Sie an Ihre Situation vor 3 Monaten: In wie weit hat sich die Summe, die Sie zu Monatsende übrig haben, verändert?



Exkurs: Haben Alter und Geschlecht Einfluss auf die finanzielle Situation?

Dass Männer und Frauen die aktuelle finanzielle Situation unterschiedlich wahrnehmen, lässt sich zum einen mit den vorhandenen Gehaltsunterschieden erklären. Die Befragung liefert einen Überblick über die Gehaltsverteilung in Deutschland:

57 Prozent der Männer haben ein persönliches Netto-Einkommen von mehr als 2.000 Euro im Monat, nur **34 Prozent** der Frauen verdienen so viel. Daraus ergeben sich geringere Rücklagen und Finanzierungsmöglichkeiten. Es überrascht nicht, dass Männer am Monatsende mehr Geld übrig haben: **26 Prozent** der Konsumenten haben mehr als 500 Euro übrig – gegenüber **15 Prozent** der Konsumentinnen.

Zu erwarten ist der Gehaltsunterschied zwischen Altersgruppen, der auf kürzere Berufserfahrung oder Ausbildungszeit zurückzuführen ist und wesentlichen Einfluss auf die finanzielle Situation der jungen Bevölkerung hat.

Die 18- bis 29-Jährigen verdienen häufiger unter 1.000 Euro **(20 %)** netto im Monat und selten mehr als 3.000 Euro **(10 %)**.

39 %

der Männer geben mehr als 50 Euro im Monat für Streamingdienste aus – so viel investieren nur 28 % der Frauen.

Die Ausgaben der Ü60-Jährigen für Miete sind deutlich geringer (20 % zahlen keine), die der 30- bis 49-Jährigen liegen tendenziell höher als die der anderen Altersgruppen. Gleichzeitig zahlen Menschen über 40 Jahren mehr Nebenkosten als die unter 40-Jährigen. Ein Grund dafür könnte zum Beispiel sein, dass ältere Menschen häufiger Eigentum besitzen und verwendete Kredite bereits abbezahlt sind. Nebenkosten fallen dann eher ins Gewicht als Mietkosten. Auch die Rückmeldungen zu vorhandenen Ratenzahlungen könnten dafür sprechen: **81 Prozent** der Ü60-Jährigen geben an, keine Gelder für Ratenzahlung auszugeben, gegenüber **64 Prozent** der 30- bis 39-Jährigen. Konsumentinnen und Konsumenten über 40 Jahren geben größtenteils bis zu 250 Euro im Monat für Lebensmittel und Getränke aus, jüngere eher mehr und häufiger bis zu 500 Euro. Die Jüngeren unter 40 Jahren geben außerdem mehr für Gastronomie aus als die Älteren.

44 %

der über 60-Jährigen geben an, kein Geld für Gastronomie auszugeben.

Die 30- bis 39-Jährigen geben am meisten für Kleidung und Schuhe aus, fast die Hälfte **(45 %)** sogar mehr als 100 Euro im Monat. Im Vergleich: **22 Prozent** der über 60-Jährigen und ein Drittel **(31 %)** der unter 30-Jährigen geben mehr als 100 Euro im Monat für Kleidung aus.

29 %

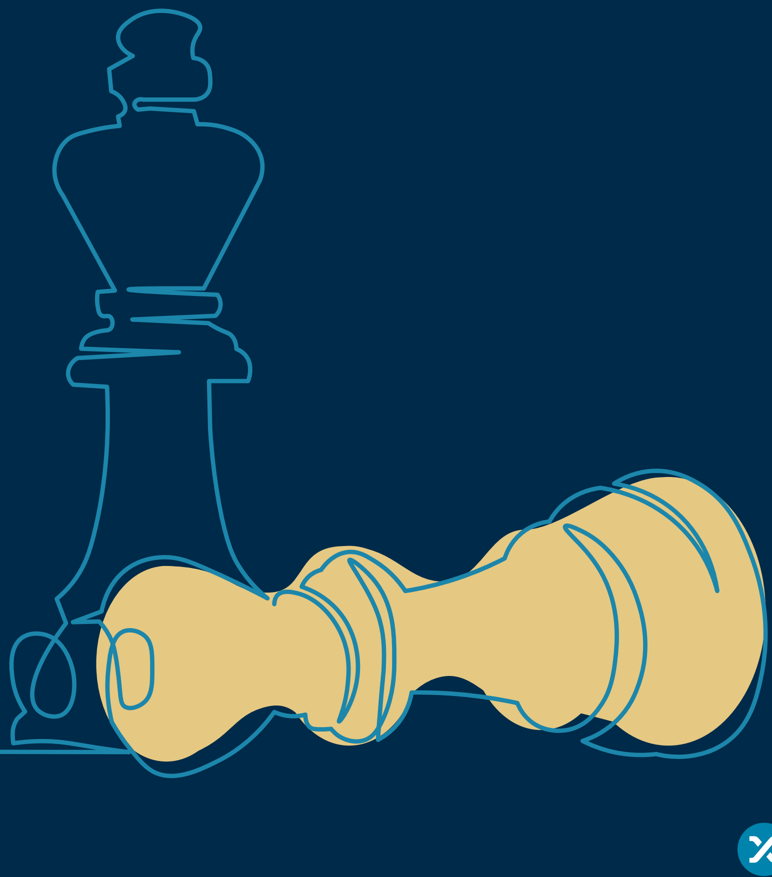
der unter 50-Jährigen geben an im Monat kein Geld für Freizeitaktivitäten auszugeben, bei den Ü60-Jährigen sind es sogar die Hälfte (51 %).

Die 29-Jährigen geben tendenziell seltener Geld für Versicherungen aus, bei den Gruppen Ü30 liegen die meisten bei 100 bis 250 Euro im Monat. Dies könnte auch damit in Verbindung stehen, dass die älteren Personengruppen mehr Besitz haben und daher auch mehr ausgeben müssen, um diesen zu versichern. Während bei der Gesamtbevölkerung **39 Prozent** angaben, im August 2022 weniger Geld am Monatsende übrig gehabt zu haben als im November 2022, sieht es bei den Altersgruppen unterschiedlich aus:

36 %

der 18- bis 29-Jährigen hatten im August mehr Geld übrig – gegenüber 18 % der Ü60-Jährigen und 24 % der Gesamtbevölkerung. Bei den 50- bis 59-Jährigen geben sogar 47 % an, dass sie im August weniger übrig hatten.

Gewinner vs. Verlierer der Krise



Für eine Darstellung der finanziellen Situation in Anbetracht der Krise ist es wichtig, die Personen, die angeben, dass sich ihre finanzielle Situation in den letzten drei Monaten verändert hat, genauer zu betrachten. Insgesamt haben sich 15 Prozent der Bevölkerung verbessert, 46 Prozent verschlechtert und 39 Prozent geben die Situation als unverändert an.

Wer konnte sich in den Bevölkerungsgruppen finanziell am ehesten verbessern?

Die Personengruppe mit unveränderter Finanzsituation bleibt im folgenden Kapitel weitestgehend unbeachtet. Bei denen, die sich verbessert haben, stechen einige Gruppen besonders heraus:

32 % der **18- bis 29-Jährigen** im Vergleich zu allen anderen Altersgruppen

22 % der **4- oder mehr Personen-Haushalte** gegenüber kleineren Haushalten.

20 % der **Personen mit Kindern** gegenüber 13 % derer ohne Kinder.

22 % der **Kreditnehmenden** gegenüber den Kreditablehnenden **(9 %)**.

26 % derer, die einen **Kredit** aufgenommen haben gegenüber 15 % des Durchschnitts.

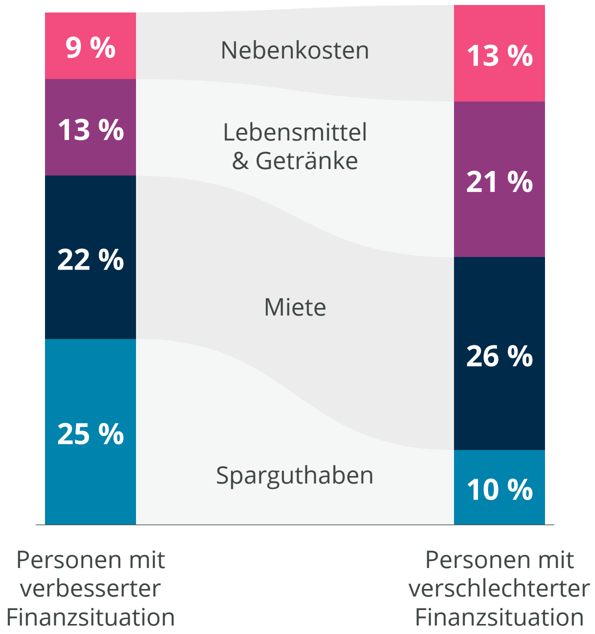
38 % derer, die einen **Privatkredit** haben gegenüber 19 % derer, die einen Bankkredit haben.

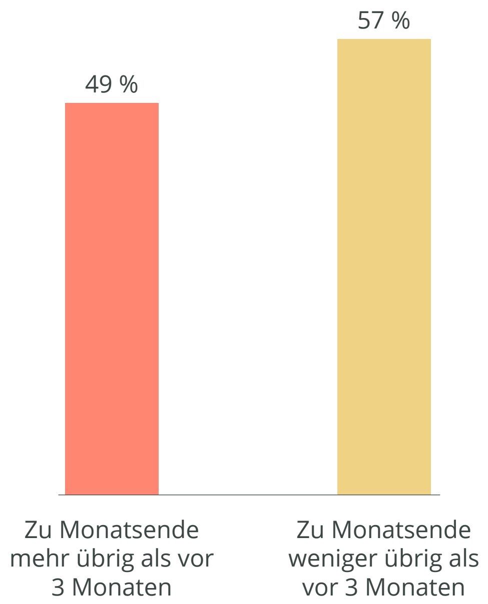
Die Konsumausgaben haben einen starken Einfluss auf die aktuelle Situation: Personen, deren finanzielle Situation sich verschlechtert hat, geben besonders viel des Monatseinkommens für Miete und Lebensmittel aus. Zum Sparen bleiben ihnen nur **10 Prozent** des Einkommens übrig. Die „Verbesserer“ konnten dagegen ein Viertel **(25 %)** des Monatseinkommen in Sparguthaben zurücklegen.

Privathaushalte sollten darauf achten, dass die Kosten für Grundversorgung (Miete, Nebenkosten, Lebensmittel) einen kleinstmöglichen Teil der monatlichen Ausgaben ausmachen, da diese sich auch in Krisenzeiten kaum anpassen lassen.



Top 4 Konsumausgaben nach Anteil an Gesamtmonatseinkommen





Familien haben mehr Geld als Singles und Paare

Insgesamt erwarten die größeren Haushalte in drei Monaten besser dazustehen als die kleinen Haushalte – auch in den vergangenen drei Monaten konnten erstere häufiger aufstocken. Im Vergleich haben die Personen aus mehrköpfigen Haushalten auch ein höheres individuelles Nettoeinkommen. Dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass Auszubildende, Studierende und junge Erwachsene häufiger allein leben, aufgrund fehlender Erfahrung ein geringeres Einkommen haben und damit weniger krisenfest sind als Familien mit zwei arbeitenden Erwachsenen. Auch wenn die individuellen Einkommen betrachtet werden, haben zusammenlebende Paare die Möglichkeit, sich gegenseitig zu unterstützen und Finanzlücken auszugleichen. Kommen dazu dann auch noch Kinder, sind die Erwachsenen in der Regel in einem höheren Alter (über 30 Jahren) und damit auch beruflich tendenziell besser aufgestellt.

Bezüglich der Höhe monatlicher Konsumausgaben lassen sich Tendenzen ableiten:

- Erwachsene aus Mehr-Personen-Haushalten geben mehr für Kleidung und Schuhe aus als Singles.
- Mehr als die Hälfte **(53 %)** der Menschen aus Mehrpersonenhaushalten geben über 100 Euro im Monat für ihre Mobilität aus.
- Singles geben weniger für die Freizeitgestaltung und auch deutlich weniger für Reisen aus.
- Ab zwei Personen wird mehr Geld in Versicherungen investiert.
- Konsumentinnen und Konsumenten aus 3-Personen-Haushalten haben häufiger Ratenzahlungen für Kredite zu leisten.

Diese Abweichungen lassen sich vor allem dadurch erklären, dass 3- und 4-Personen-Haushalte meistens nur aus zwei Erwachsenen bestehen. Das persönliche Einkommen wird also häufig nicht nur für die eigene Person verwendet, sondern auch für vorhandene Kinder. Hieraus ergeben sich selbstverständlich für jede Aktivität oder benötigte Konsumgüter auch steigende Kosten. Gleichzeitig entsteht ein erhöhter Versicherungsbedarf und die Notwendigkeit finanzieller Absicherung durch umfassende Kredite und die Finanzierung großer Anschaffungen wie Familienautos und Immobilien.

Steigende Preise gehen zu Lasten der Freizeit



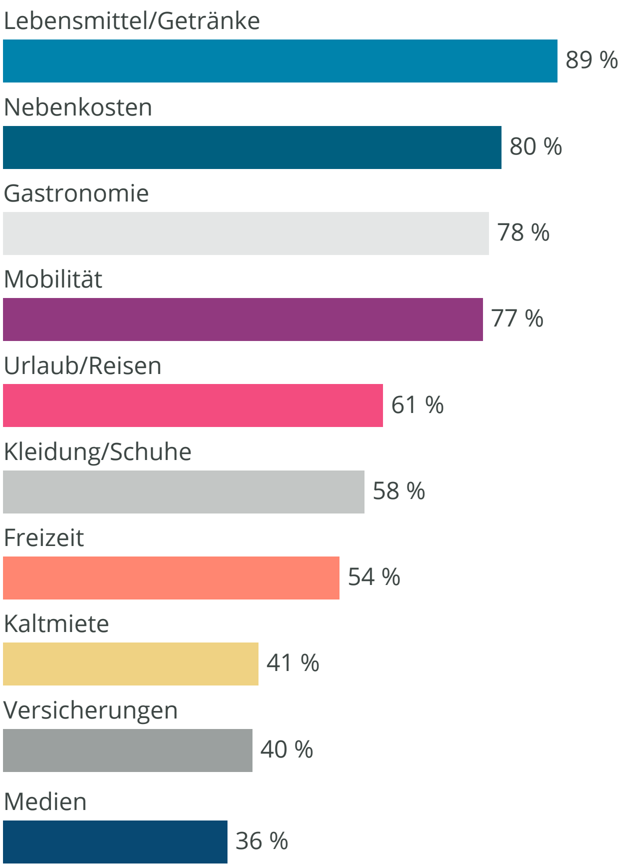
Die finanzielle Verschlechterung deutscher Haushalte ist unter anderem getrieben durch die steigenden Lebenshaltungskosten. Vor allem in den Bereichen Lebensmittel und Getränke, Nebenkosten, Gastronomie und Mobilität werden die Preissteigerungen von einem Großteil der Konsumentinnen und Konsumenten deutlich wahrgenommen.

Wo die Preissteigerung besonders schmerzt

Bei den Ausgaben für die Grundversorgung, auf die man schwer im Alltag verzichten kann, ist die Sorge über die Preisentwicklung besonders hoch (>75 %).

Mehr als **60 Prozent** der Befragten sehen sich durch die Preiserhöhung gezwungen, auf bestimmte Ausgaben zu verzichten oder Einschränkungen vorzunehmen.

Wahrgenommene Preissteigerung nach Ausgabenbereichen



Kumulierte Top 2 „starke/leichte Preissteigerung" im November gegenüber August 2022.

Bei den Personen, die sich finanziell verbessert oder verschlechtert haben, weicht die wahrgenommene Preisentwicklung teilweise von der der Gesamtbevölkerung ab:

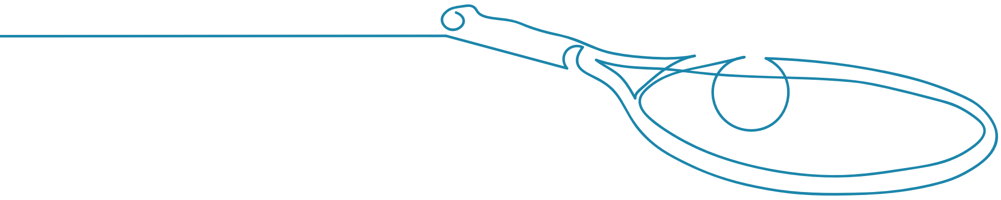
Kaltmiete: 16 % der Verbesserten sehen einen **Preisrückgang**, insgesamt nehmen nur 5 % gesunkene Mietpreise wahr.

Nebenkosten: 90 % der Verschlechterten sehen eine **Kostenerhöhung**. Bei den Verbesserten sehen 61 % steigende Nebenkosten, 17 % sogar einen Rückgang.

Lebensmittel/Getränke: 71 % der Verbesserten nehmen **gestiegene Lebensmittelpreise** wahr, 18 % sehen eher einen Rückgang.

98 %

der Personen, die sich **finanziell verschlechtert** haben, **nehmen Preissteigerungen wahr.**



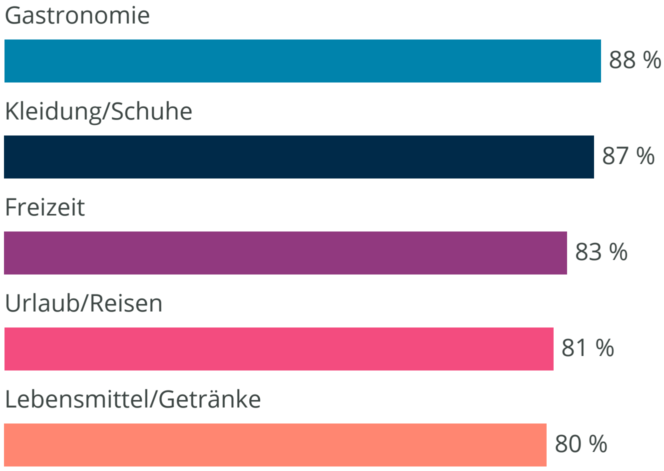
Insgesamt nehmen die Personen, die sich finanziell verschlechtert haben, häufiger eine Preissteigerung wahr. Dies könnte daran liegen, dass höhere Preise besonders dann auffallen, wenn die eigene Lage sich verändert hat und weniger Geld zur Verfügung steht. Da bei steigenden Nebenkosten Nachzahlungen anstehen und Lebensmittel- und Tankpreise durch höhere Summen auf den Kassenzetteln direkt ins Auge stechen, ist es naheliegend, dass diese von den Verbraucherinnen und Verbrauchern zuerst wahrgenommen werden. Gleichzeitig sind dies auch Bereiche, in denen Privatpersonen kaum Einfluss nehmen können und steigende Preise zahlen müssen. Bei Luxusgütern wie Kleidung und Schuhen können individuelle Konsumeinschränkungen vorgenommen werden, um Preissteigerungen auszugleichen.

Betrachtet man die Haushaltsgrößen, sind sich die Bevölkerungsgruppen größtenteils einig und sehen die Preissteigerung vor allem bei Nebenkosten, Lebensmitteln, Gastronomie und Mobilität. Bei einigen Konsumausgaben kommt es dennoch zu Abweichungen: Größere Haushalte nehmen häufiger steigende Kaltmieten wahr, steigende Nebenkosten werden unabhängig von der Haushaltsgröße wahrgenommen. Ein Grund dafür könnte sein, dass Mehr-Personen-Haushalte größere Wohnungen beziehen und seltener in Wohngemeinschaften leben als Singles, damit sind Mietkosten generell höher. Auch bei den Freizeitausgaben und Medien sehen größere Haushalte häufiger Preissteigerung, dies könnte daran liegen, dass vorhandene Kinder zu einer höheren Anzahl an Freizeitaktivitäten und damit verbundenen Kosten führen können.

Konsumverzicht als Lösung der Finanzkrise?

Die meisten Anpassungen nehmen Konsumentinnen und Konsumenten in den Genussbereichen vor. Besonders betroffen von Einschränkungen sind Gastronomie, Kleidung, Schuhe und Freizeitaktivitäten. Diese sind zwar existenziell nicht notwendig, deren dauerhafte Einschränkung wird jedoch zu einem Rückgang der Freizeitqualität führen. Durch vermehrten Konsumverzicht wird nach und nach immer mehr Geld aus dem Wirtschaftskreislauf entzogen, was insbesondere in den Bereichen Freizeit und Gastronomie, die sich noch nicht von den Auswirkungen der Pandemiejahre erholt haben, zu einer erhöhten Anzahl von Insolvenzen führen könnte.

Top 5 Bereiche, in denen Personen Einschränkungen gemacht haben/machen werden, wenn sich die finanzielle Situation verschlechtert

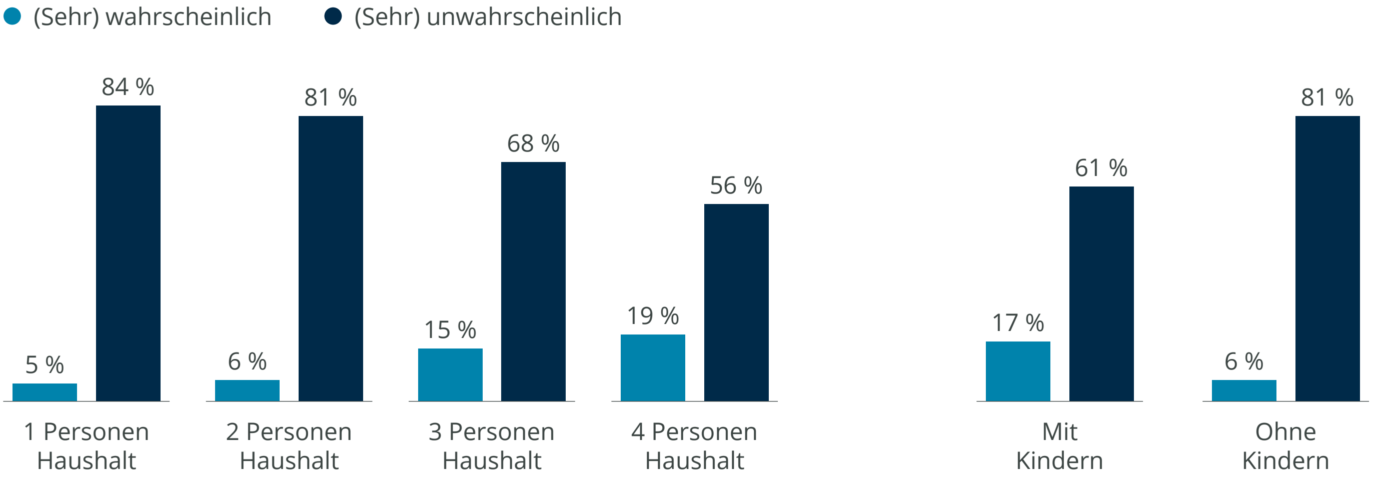


Hauptmaßnahmen, die bei steigenden Kosten in Betracht gezogen werden, sind Reduktion und Verzicht oder, wo möglich, der Umstieg auf günstigere Alternativen. **38 Prozent** geben an, dass sie aufgrund der wirtschaftlichen Lage in den vergangenen 3 Monaten größere Anschaffungen verschieben mussten, ein Drittel musste zudem auf Ersparnisse zurückgreifen **(30 %)**. Personen, die ihre finanzielle Situation verbessern konnten, reduzieren den eigenen Konsum seltener als der Durchschnitt und nutzen tendenziell häufiger alternative Zahlmethoden wie Kreditkarten. Insgesamt konnte mehr als ein Drittel von ihnen die eigenen Ersparnisse sogar aufstocken. Die Bevölkerung, die sich finanziell verschlechtert hat, reduziert hingegen überdurchschnittlich oft den eigenen Konsum und greift häufiger auf günstigere Alternativen oder ihr Erspartes zurück. **53 Prozent** von ihnen haben größere Anschaffungen generell vermieden, **72 Prozent** konnten in den vergangenen 3 Monaten weder Geld ansparen noch vorhandene Schulden ausgleichen. Die Überziehung des Kontos oder die Aufnahme eines Kredits ziehen die meisten nicht in Betracht.

Drei Viertel der Befragten halten es für (sehr) unwahrscheinlich, dass sie in den kommenden 3 Monaten einen Kredit aufnehmen würden.

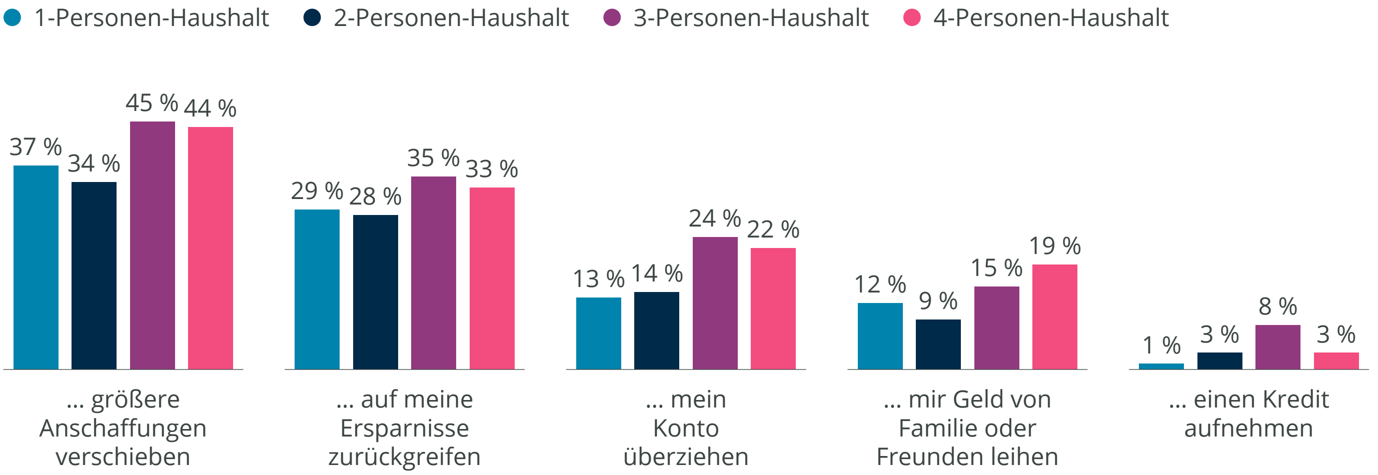
10 Prozent der 18- bis 29-Jährigen erwägen einen Kredit – bei den Personen ab 30 Jahren sind es nur **6 Prozent**. **21 Prozent** der Personen mit verbesserten Finanzen können sich vorstellen, in den nächsten 3 Monaten einen Kredit aufzunehmen, bei den Verschlechterten halten dies **76 Prozent** für unwahrscheinlich.

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie aufgrund der wirtschaftlichen Lage in den kommenden 3 Monaten einen Kredit aufnehmen?



Personen aus größeren Haushalten und mit Kindern stehen Krediten positiver gegenüber und sind eher gewillt einen Kredit aufzunehmen. Auch bei den Maßnahmen, die zum Umgang mit den steigenden Lebenshaltungskosten in Betracht gezogen werden, gibt es Abweichungen. Haushalte ab 4 Personen sind eher bereit den Konsum zu reduzieren **(58 %)**, das eigene Konto zu überziehen **(21 %)** oder einen Kredit aufzunehmen **(13 %)** als andere Haushalte. Insgesamt mussten größere Haushalte auch in den vergangenen drei Monaten schon häufiger Einschränkungen vornehmen:

Aufgrund der wirtschaftlichen Lage musste ich in den vergangenen 3 Monaten...



Kredite: Warum wir nicht gerne über unsere Finanzen reden



Die Deutschen reden im Bekanntenkreis nicht gerne über ihre Finanzen. Generell scheinen Kredite aber gesellschaftsfähiger zu sein und werden auch unter Freunden häufiger thematisiert als andere Finanzthemen.

Umgang mit Finanzthemen im Bekanntenkreis

Bei Finanzthemen sind die Deutschen konservativ: **56 Prozent** sind der Meinung, dass ihre Finanzen nur sie selbst etwas angehen, wobei Jüngere dem Thema offener gegenüberstehen. Nur **27 Prozent** tauschen sich regelmäßig mit Freunden zu ihren Finanzen aus, bei einem Drittel **(30 %)** kennen diese deren aktuelle Finanzsituation. Menschen über 50 Jahren reden besonders selten mit anderen über eigene Finanzen **(62–64 %)**. Hat sich die finanzielle Situation in den vergangenen 3 Monaten verbessert, wird häufiger mit Bekannten darüber gesprochen, und auch Kredite werden eher thematisiert.

Man spricht eher über Kredite als die eigenen Finanzen

35 % geben an, dass Kredite für sie kein heikles Gesprächsthema sind.

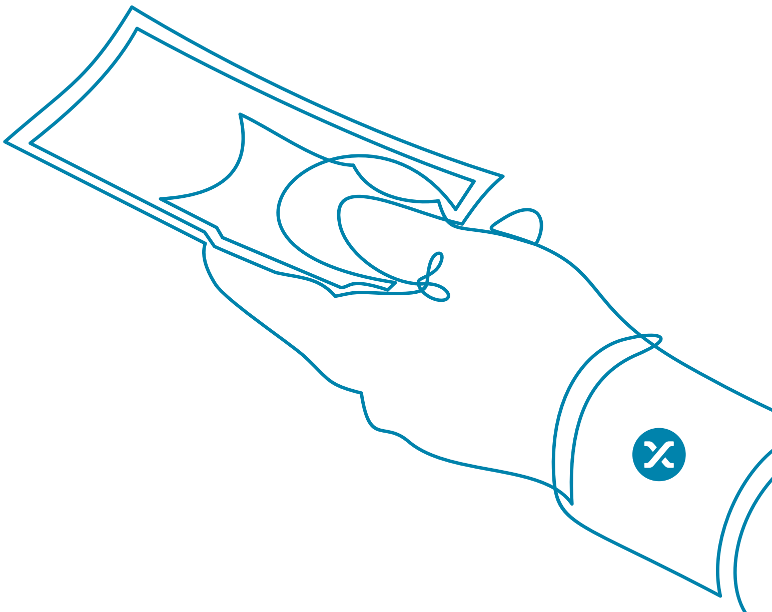
39 % hätten kein Problem damit, von der Aufnahme eines Kredites zu berichten.

49 % Für rund die Hälfte ist die Aufnahme eines Kredites kein Indiz dafür, dass jemand nicht mit Geld umgehen kann.

Kreditlandschaft: Einstellungen und Verteilung

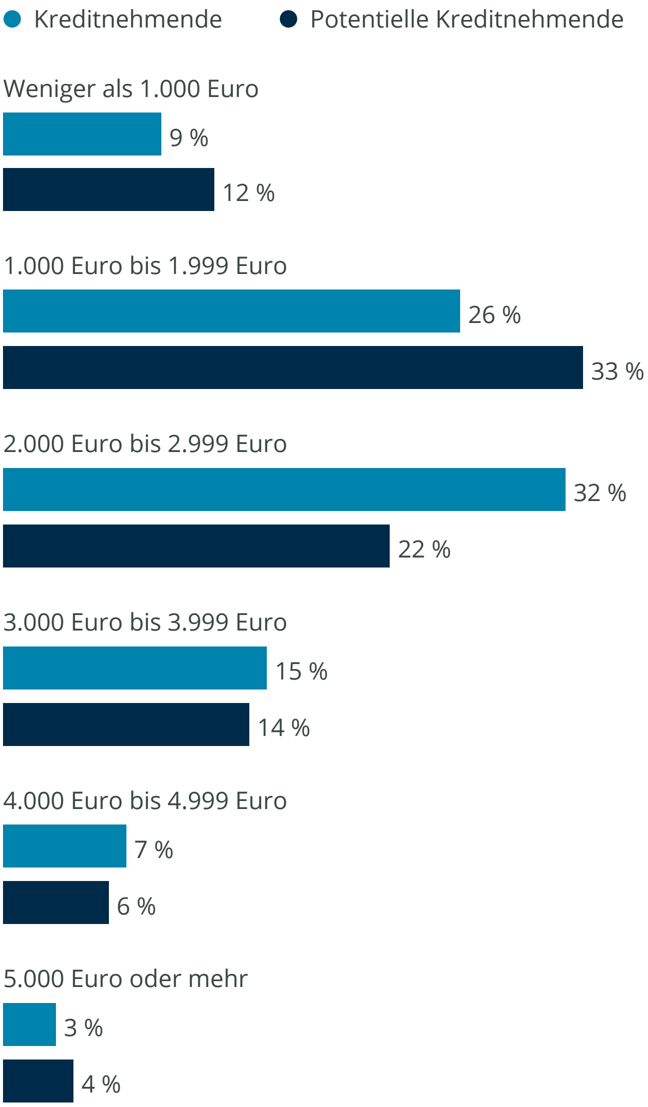
Aktuell nutzen rund **40 Prozent** der Konsumentinnen und Konsumenten einen Kredit. Für ein Drittel der Nicht-Kreditnehmenden kommt die Kreditaufnahme aber grundsätzlich in Frage **(31 %)**. Auch in der Krisenzeit polarisieren Kredite und werden eher für größere und langfristigere Anschaffungen wie Fahrzeuge oder Immobilien in Betracht gezogen. Eine von drei Personen steht Krediten kritisch gegenüber; eine von fünf hat eine (sehr) positive Haltung zu Krediten. Über die Kreditnehmenden selbst wird milder geurteilt: Jede(r) Zweite ist der Meinung, dass immer mehr Menschen aufgrund der aktuellen wirtschaftlichen Lage nicht mehr um einen Kredit herumkommen. Fast genauso viele finden, dass es etwas ganz Normales geworden ist, einen Kredit aufzunehmen **(42 %)**.

Damit hat es die Wirtschaftskrise geschafft, Kredite ein Stück weiter in die Masse zu tragen. Banken sind dabei die beliebtesten Kreditgebenden **(79 %)**, aber schon mehr als jede(r) Siebte **(15 %)** setzt auf private Kreditgebende (z. B. von Online-Plattformen wie auxmoney). Potenzial für private Kreditinstitute verbirgt sich insbesondere in der jüngeren Altersgruppe unter 40 Jahren. Der Anteil an Kreditnehmenden, die ihren Kredit über eine private Plattform beziehen, ist hier deutlich höher **(23 %)**.



Der größte Anteil der (potentiellen) Kreditnehmenden liegt bei Personen mit einem monatlichen Netto-Einkommen zwischen 1.000 bis. 2.999 Euro. **34 Prozent** der Gesamtbevölkerung haben eine eher negative Haltung gegenüber Krediten, insgesamt sind die Menschen aber immer häufiger bereit einen Kredit aufzunehmen. Eine von fünf Personen **(19 %)** hat eine positive Meinung zu Krediten.

Verteilung der (potentiellen) Kreditnehmenden nach Einkommen



n = 597 Kreditnehmende und 181 potentiell zukünftig Kreditnehmende.

43 Prozent der über 60-Jährigen und/oder nicht Berufstätigen haben eine negative Haltung zu Krediten, auch bei den 1-Personen-Haushalten sind es **41 Prozent**. Aber: Fast die Hälfte **(42 %)** derer, die in den letzten zwei Jahren einen Kredit aufgenommen haben, hat eine positive Haltung. Insgesamt denken die Menschen zunehmend über Kredite nach:

52 % Zustimmung: Aufgrund der aktuellen wirtschaftlichen Lage kommen immer mehr Menschen nicht mehr um einen Kredit herum.

42 % „Für mich sind Kredite normal geworden.“

52 % würden für Fahrzeuge einen Kredit aufnehmen. Auch für Immobilien **(48 %)** wäre die Hälfte der Befragten zur Kreditaufnahme bereit.

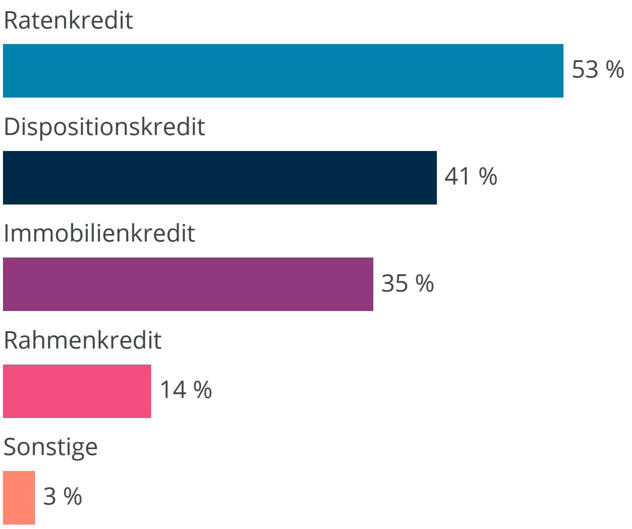
26 % würden für Haushaltsgeräte und 25 % für Renovierungen finanzielle Unterstützung in Anspruch nehmen.

31 %

geben an, dass die Aufnahme eines Kredits grundsätzlich in Frage kommt.

Die am häufigsten genutzten Kredite sind Ratenkredite und Dispositionskredite. Besonders zufrieden waren die Befragten mit der Schnelligkeit **(68 %)** der Kreditvergabe.

Verteilung der bereits genutzten Kreditformen

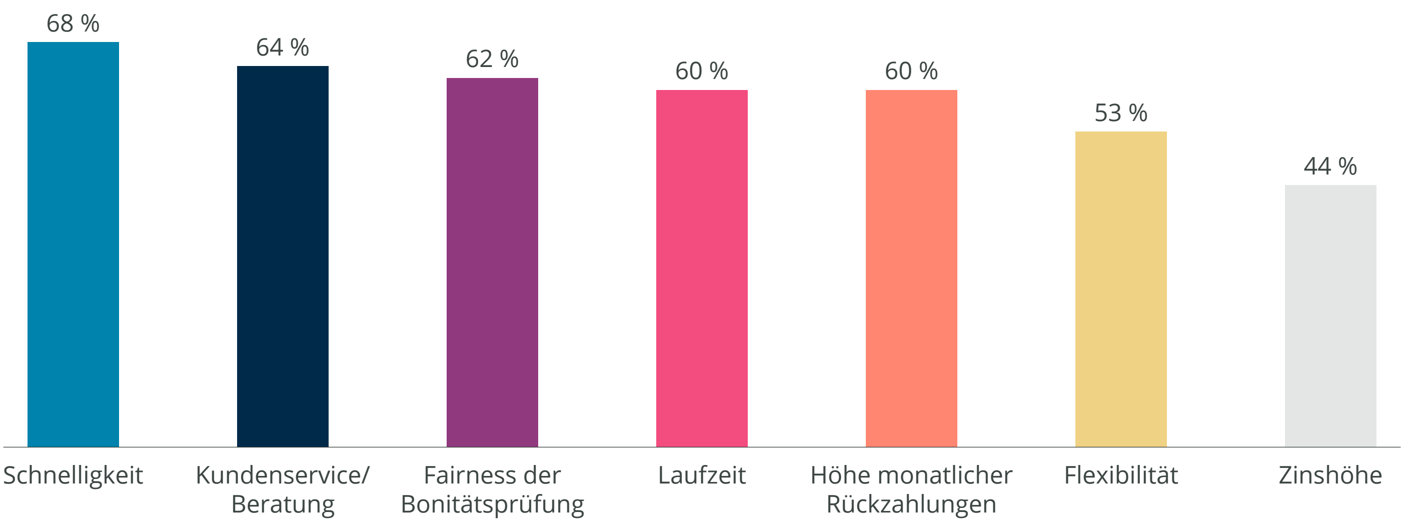


n = 597 Personen, die einen Kredit beziehen.

Jüngere Personen, die in größeren Haushalten mit eigenen Kindern leben und in Vollzeit arbeiten, sind stärker gewillt, einen Kredit aufzunehmen. Außerdem sind sie diesen gegenüber insgesamt positiver eingestellt, wenn sie in der Vergangenheit bereits einen Kredit aufgenommen haben oder sich finanziell verbessern konnten. Unter 40-Jährige greifen häufiger **(22–23 %)** auf Online-Kredite zurück, bei den über 40-Jährigen nutzen mehr als 80 Prozent Bankkredite.Aufgrund der durch die schnelle Folge von Krisen (wie Corona-Pandemie, Lieferkettenprobleme, Krieg, Energiekrise) massiv gestiegenen Lebenshaltungskosten wird ein deutlicher Anstieg an Kreditbedarfen innerhalb der deutschen Bevölkerung erwartet.

Gleichzeitig ist davon auszugehen, dass insbesondere Bevölkerungsgruppen mit einem erhöhten Bedarf an Krediten durch eine geringere Kreditwürdigkeit im klassischen Bankengeschäft bei der Kreditvergabe benachteiligt werden. Für diese Zielgruppe könnten Privatkredite eine Lösung sein.

Zufriedenheit mit ausgewählten Faktoren bei der Kreditvergabe



n = 428 Befragte, die einen Kredit nutzen; Kumulierte Top2 „(sehr) zufrieden".

auxmoney GmbH
Kasernenstraße 67
40213 Düsseldorf
www.auxmoney.com
E-Mail: info@auxmoney.com

Statista GmbH
Johannes-Brahms-Platz 1
20355 Hamburg